

Thứ trưởng Trần Thanh Nam: OCOP không chỉ là thương hiệu, mà là một mô hình phát triển sáng tạo

15:16 15/07/2025

Sau 7 năm thực hiện Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) không chỉ thúc đẩy kinh tế nông thôn mà còn bảo tồn văn hóa và trao quyền cho cộng đồng. Đây là minh chứng sống động cho sự kết hợp hài hòa giữa truyền thống và hiện đại trong hành trình phát triển nông nghiệp Việt Nam.

Chương trình OCOP, triển khai từ năm 2018 trong khuôn khổ Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, tập trung khai thác tiềm năng đặc thù của từng vùng nông thôn, từ tài nguyên đất đai, đặc sản nông sản, tri thức bản địa đến giá trị văn hóa truyền thống.

Hơn 16.800 sản phẩm OCOP đạt 3 sao trở lên

Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Môi trường Trần Thanh Nam chỉ ra ba thay đổi lớn trong quá trình triển khai chương trình này.



Hội chợ có quy mô 300 gian hàng của trên 150 doanh nghiệp trưng bày các mặt hàng đạt chứng nhận OCOP. Ảnh minh họa.

Trước hết, tư duy sản xuất của người dân đã chuyển đổi rõ rệt. Từ việc dựa vào kinh nghiệm truyền thống, bà con giờ đây quan tâm đến chất lượng, mẫu mã, an toàn thực phẩm và quảng bá thương hiệu. Nhiều chủ thể đã ứng dụng công nghệ thông tin, tổ chức livestream và tiếp cận khách hàng qua các nền tảng số, đánh dấu bước chuyển mình chuyên nghiệp.

Thứ hai, OCOP đã tổ chức lại sản xuất nông thôn một cách hiệu quả. Từ mô hình nhỏ lẻ, manh mún, người dân đã hình thành chuỗi liên kết cộng đồng, phối hợp giữa nhóm hộ, doanh nghiệp và cơ sở sản xuất. Nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa ra đời từ OCOP, dẫn dắt thị trường và khẳng định vị thế, tạo nền tảng bền vững cho kinh tế nông thôn.

Thứ ba, Chương trình lan tỏa mạnh đến các vùng khó khăn, đặc biệt là đồng bào dân tộc thiểu số và phụ nữ. Với 40% chủ thể là phụ nữ và 17,11% là người dân tộc thiểu số, OCOP đã trao quyền thực chất, giúp nhiều người trở thành lãnh đạo cơ sở sản xuất, xây dựng thương hiệu và nâng cao giá trị hàng hóa.

Phát triển OCOP theo mô hình kinh tế xanh, tuần hoàn và phát thải thấp, phù hợp với xu hướng toàn cầu. Sản phẩm OCOP trong tương lai cần đáp ứng tiêu chuẩn môi trường, góp phần vào mục tiêu phát triển bền vững.

Hiện nay, Bộ cũng đang chú trọng đào tạo nghề và khởi nghiệp cho lực lượng lao động lớn tuổi, người rời đô thị về nông thôn, nhằm hình thành các cơ sở sản xuất mới với sản phẩm OCOP mang tính thực tiễn và cạnh tranh.



Không chỉ góp phần tăng thu nhập cho cư dân nông thôn, OCOP còn đóng vai trò quan trọng trong việc chuyển hóa giá trị văn hóa thành giá trị kinh tế - Ảnh: VGP/Đỗ Hương

Thứ trưởng Trần Thanh Nam cho biết Bộ Nông nghiệp và Môi trường đang tham mưu xây dựng Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2026-2035, trong đó OCOP tiếp tục là trụ cột quan trọng. Quyết định 919/QĐ-TTg năm 2022 của Thủ tướng đã đặt nền móng và định hướng mới tập trung vào ba nội dung chính. Trước hết, phát huy lợi thế tài nguyên nông nghiệp, tri thức và văn hóa bản địa, gắn OCOP với du lịch nông thôn.

"Chúng tôi muốn sản phẩm OCOP đi kèm giá trị văn hóa như câu hò, điệu múa của các vùng miền, biến chúng thành vật phẩm văn hóa có giá trị gia tăng cao", ông chia sẻ.

"Sản phẩm làm thủ công, theo mùa vụ, sản xuất bởi hộ gia đình và HTX thì không thể làm nhiều. Nhưng chính sự ít ỏi ấy mới bảo đảm được chất. Mỗi sản phẩm là một phần ký ức, một phần văn hóa địa phương", Thứ trưởng Nam nói.

Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Môi trường Trần Thanh Nam cho biết, OCOP đã tạo ra sức lan tỏa lớn, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn, giữ gìn bản sắc văn hóa và phát huy tri thức bản địa. Tuy nhiên, nhiều sản phẩm vẫn gặp khó do thiếu vùng nguyên liệu ổn định, khó tiếp cận tín dụng, hạn chế công nghệ và chưa đạt chuẩn quốc tế.



Đến nay, Việt Nam có hơn 16.800 sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên, với trên 60% chủ thể tăng doanh thu trung bình 18% mỗi năm. Ảnh internet.

Một số hệ thống siêu thị nước ngoài đánh giá cao sản phẩm OCOP nhưng vẫn e ngại về khả năng cung ứng. Vì vậy, chương trình sẽ chuyển hướng từ số lượng sang chất lượng, tăng tính đặc thù, giá trị văn hóa và khả năng cạnh tranh.

Theo định hướng, OCOP sẽ được phát triển thành thương hiệu quốc gia, có hệ thống bảo hộ sở hữu trí tuệ, chính sách hỗ trợ quảng bá và mở rộng thị trường. Các sản phẩm phải đáp ứng tiêu chuẩn rõ ràng, có chỉ dẫn địa lý, áp dụng công nghệ số và thương mại điện tử.

Thứ trưởng Nam nhấn mạnh, OCOP không chỉ để tiêu thụ nông sản, mà là cách để những hộ dân nhỏ lẻ, HTX, nghệ nhân thủ công... có cơ hội làm thương hiệu, bước chân vào thị trường lớn, cả trong nước lẫn quốc tế.

Bà Beth Bechdol - Phó Tổng Giám đốc Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hợp quốc (FAO) đánh giá cao vai trò của Việt Nam trong việc thúc đẩy hợp tác giữa các nước đang phát triển và chia sẻ những bài học giá trị trong chuyển đổi hệ thống nông nghiệp theo hướng bền vững và bao trùm.

Đó cũng là lý do vì sao Bộ Nông nghiệp và Môi trường chọn hướng đi "nâng niu" từng sản phẩm, không khuyến khích đại trà, không chạy theo phong trào, mà đầu tư vào những sản phẩm đặc trưng nhất, kể được câu chuyện quê hương rõ nhất.

Một gói trà từ khu vực miền núi phía Bắc; một túi cà phê, hồ tiêu ở Tây Nguyên, Đông Nam Bộ; một lọ nước mắm từ Đồng bằng sông Cửu Long; hay một chiếc bình gốm sứ, thủ công mỹ nghệ ở khu vực Đồng bằng sông Hồng, khi cầm trên tay, không chỉ là sản phẩm, mà là một lát cắt văn hóa, một ký ức được đóng gói bằng cả tâm huyết và bàn tay người làm.

Theo Thứ trưởng Trần Thanh Nam, OCOP không chỉ là một sáng kiến kinh tế mà còn là cầu nối giữa sản xuất truyền thống và nhu cầu thị trường hiện đại.

"Chương trình đã mở rộng chức năng của ngành nông nghiệp từ sản xuất đơn thuần sang bảo vệ môi trường, cải tạo cảnh quan, phát triển chỉ dẫn địa lý và tạo nền tảng cho du lịch nông thôn," ông nhấn mạnh.

OCOP là cảm hứng của nhiều quốc gia



Bà Beth Bechdol - Phó Tổng Giám đốc Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hợp quốc.

Những giá trị này giúp sản phẩm OCOP mang lại trải nghiệm văn hóa và bản sắc, không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng mà còn nâng cao vị thế của nông thôn Việt Nam trên bản đồ toàn cầu.

Theo bà Beth Bechdol, chương trình OCOP của Việt Nam là nguồn cảm hứng cho nhiều quốc gia. Sáng kiến OCOP giúp khai thác tiềm năng của các sản phẩm đa dạng hóa sản xuất, cải thiện an ninh lương thực và tăng khả năng chống chịu trước các cú sốc lớn, đặc biệt là trong bối cảnh 75% lương thực toàn cầu chỉ đến từ 12 loài cây và 5 loài vật nuôi.

Tại diễn đàn, bà Bechdol cũng nhấn mạnh vai trò ngày càng quan trọng của đổi mới sáng tạo, truy xuất nguồn gốc và ứng dụng công nghệ trong triển khai OCOP. Theo đó, FAO đang hợp tác với nhiều trung tâm khoa học tại Châu Á - Thái Bình Dương và tổ chức UN-ESCAP để hỗ trợ các nước định vị sản phẩm đặc thù trên thị trường quốc tế thông qua cung cấp dữ liệu thị trường kịp thời, đáng tin cậy.

Nhân dịp này, FAO đã công bố chuỗi video công thức, video chuyển giao công nghệ về chỉ dẫn địa lý và phát triển bền vững cùng bộ phân tích thị trường mở đầu với sản phẩm OCOP của Bhutan... để hỗ trợ các quốc gia OCOP.

"Chúng ta đang cùng định hình tương lai hệ thống lương thực toàn cầu, nơi sản phẩm địa phương vừa nuôi sống cộng đồng, vừa gìn giữ văn hóa và thúc đẩy kinh tế", bà Beth Bechdol nhấn mạnh, đồng thời khẳng định FAO sẽ tiếp tục đồng hành cùng Việt Nam và các nước để lan tỏa tinh thần OCOP ra thế giới một cách mạnh mẽ.

Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Môi trường Trần Thanh Nam cho biết, tính đến nay, cả nước đã có hơn 16.000 sản phẩm OCOP được công nhận, với khoảng 9.000 chủ thể tham gia, trong đó có hơn 3.000 hợp tác xã. Đây là kết quả đáng tự hào, phản ánh sự lan tỏa mạnh mẽ của chương trình.

PV (t/h)